



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: "Bo w szkole wspinam się najlepiej" - ekshibicjonizm czy autopromocja : kilka uwag na temat dziecięcego mówienia o sobie

Author: Emilia Kałuzińska

Citation style: Kałuzińska Emilia. (2015). "Bo w szkole wspinam się najlepiej" - ekshibicjonizm czy autopromocja : kilka uwag na temat dziecięcego mówienia o sobie. W: I. Loewe, E. Tyc, A. Kalisz (red.), "Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odsłony. T. 1" (S. 67-77). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Emilia Kałuzińska

Katowice

„Bo w szkole wspinam się najlepiej” — ekshibicjonizm czy autopromocja? Kilka uwag na temat dziecięcego mówienia o sobie¹

Media społecznościowe stanowią doskonałe środowisko do uzewnętrzniania się. Ich forma zachęca wręcz do udzielania innym informacji na temat tego, co zjedliśmy na śniadanie, ile kilometrów przejechaliśmy na rowerze i jakiej marki buty właśnie zakupiliśmy. „O czym teraz myślisz?” — pyta nas zachęcająco Facebook. Nikogo już nie dziwią prywatne zdjęcia z wakacji ani komentarze na temat naszego złego samopoczucia umieszczone na tablicy popularnych portali społecznościowych. Tym samym, mniej lub bardziej świadomie, kształtujemy swój internetowy wizerunek, który w dużej mierze przekłada się na to, jak jesteśmy postrzegani również poza siecią. Analiza wypracowań uczniów skłania do refleksji na temat wpływu pewnego przyzwyczajenia do upubliczniania prywatnych wiadomości na portalach społecznościowych, na łatwość mówienia o sobie w ogóle. W tekstach pisanych przez dzieci można znaleźć przejawy: postawy egocentrycznej, uzewnętrzniania własnych emocji i wtrącania do tekstu półoficjalnego wydarzeń z własnego życia.

Media społecznościowe funkcjonują zgodnie z filozofią Web 2.0, tzn. opierają się na aktywności swoich użytkowników, stając się medium dwukierunkowym (GOGOŁEK, 2010: 160). Jak zauważył Włodzimierz GOGOŁEK:

Nieformalny monopol mediów na gromadzenie i dystrybucję informacji prze-
staje istnieć. Inicjatywa w tym zakresie przechodzi do tysięcy indywidualnych

¹ Niniejszy artykuł wykorzystuje materiał analityczny z pracy magisterskiej Emilii Kałuzińskiej napisanej pod kierunkiem prof. Aldony Skudrzyk *Dziecko w świecie nowych mediów. Socjalizacja medialna a język młodego pokolenia*, której celem było ukazanie wpływu mediów na język dzieci i młodzieży, w tym zwłaszcza na powstanie zjawiska tzw. nowej piśmienności (SKUDRZYK, 2005: 11).

osób, których podstawowym kapitałem jest zazwyczaj wyłącznie wiedza o tym, jak samodzielnie uczynić, by określone informacje stały się **informacjami publicznymi**. Są one twórcami tzw. mediów społecznościowych (*social media*), przez które rozumie się formę **naturalnej, nieskrępowanej wymiany informacji** w Sieci pomiędzy osobami na temat wspólnych zainteresowań. Motywacją udziału jest także chęć bycia lepiej poinformowanym.

2010: 162—163; podkr. — E.K.

Swobodny przekaz informacji, a więc także jej udzielanie, staje się zatem cechą definicyjną mediów społecznościowych. Przyjrzyjmy się teraz kilku statystykom:

Według niemieckich i amerykańskich statystyk, użytkownicy komputerów z grupy wiekowej 12—19 lat intensywnie korzystają z Internetu, głównie w celach komunikacyjnych. Grupa ta poświęca około 50% czasu spędzanego *online* na korzystanie z portali społecznościowych, komunikatorów internetowych i programów pocztowych (<http://www.scribd.com/doc/16753035/Nielsen-Study-How-Teens-Use-Media-June-2009-Read-in-Full-Screen-Mode> oraz http://www.bitkom.org/de/presse/8477_65161.aspx). W połowie 2010 roku Facebook jako jedyny portal społecznościowy przekroczył magiczny próg 500 milionów użytkowników (<http://www.facebook.com/facebook#!/press/info.php?statistics>). Osoby korzystające z tego portalu są niezwykle aktywne, ponad 50% z nich loguje się codziennie, aby utrzymywać stały kontakt ze swoimi przyjaciółmi. Jeżeli mowa o przyjaciółach, warto wiedzieć, że przeciętny użytkownik Facebooka posiada ich około 130 i spędza na tym portalu 700 miliardów minut miesięcznie. Jeżeli każda osoba publikuje średnio 90 nowych postów, w skali miesiąca na portalu pojawia się łącznie 45 miliardów nowych wpisów.

KUPCZYK, 2014

Przywołane dane obrazują, z jakim zalewem osobistych informacji mają do czynienia użytkownicy portali społecznościowych każdego dnia. Nic więc dziwnego, że prywatność przestaje mieć dla nich znaczenie. Hipotezą stawianą w tym artykule jest wpływ ujawniania prywatnych wiadomości w sieci na rozmycie granicy pomiędzy tym, co prywatne, a tym, co oficjalne czy publiczne, a tym samym łatwość mówienia o sobie i własnych doświadczeniach w sytuacji, gdy nie jest to wymagane, a może nawet zostać odebrane jako zachowanie niewłaściwe.

Telewizor czy komputer? — opis badania

Analizie poddane zostały wypracowania uczniów klasy V Szkoły Podstawowej nr 15 w Tarnowskich Górach na temat: „Co zabrałbyś na bezludną wyspę: telewizor czy komputer? Użyj wyobraźni i uzasadnij swój wybór, pisząc o zaletach

wybranego urządzenia”. Teksty uczniów zostały zaplanowane jako wypracowanie szkolne w celu stworzenia sytuacji dla uczniów oficjalnej, w której to tekst pisany podlega największej ilości rygorów i zasad. Zaproponowane uczniom polecenie miało na celu wywołanie refleksji dzieci na temat tych mediów. Zdecydowana większość uczniów wybrała komputer jako urządzenie, które na bezludnej wyspie okazałoby się bardziej przydatne. Najistotniejszą zaletę urządzenia dzieci dostrzegły w możliwości kontaktowania się z innymi:

Wolę zabrać na bezludną wyspę komputer, ponieważ mogę się przez niego komunikować z przyjaciółmi 12 c²,

Na internecie są też strony służące do komunikacji np. Nasza Klasa, Facebook itp 10c.

Równocześnie dzieci potwierdziły znajomość i użytkowanie portali społecznościowych, których nazwy wielokrotnie pojawiały się w wypracowaniach, np.:

Są do skontaktowania się z ludźmi przez komputer wiele programów jak np. skype, gadu-gadu, nk, facebook itd. przez telewizor nie można się z nikim skontaktować [...] 3c,

Na komputerze pisałam z przyjaciółmi na Gadu Gadu. Rozmawiałabym z nimi przez Skype oraz pisała na Naszej Klasie czy innych portalach internetowych 7d,

Grałam i rozmawiałam z koleżankami na gadu-gadu i skype 1d,

Gdy płynęłam usiadłam na krześle przy stoliku, z dumą otwierałam laptop i włączałam gadu-gadu by porozmawiać o podróży z przyjaciółmi 2d,

Chciałabym także robić sobie zdjęcia przez aparat od ufoludków i przysyłać je na naszą-klasę.pl 5d.

Ja, ja, ja — o egocentryzmie

Jedną z cech widocznych podczas analizy wypracowań okazuje się **egocentryczne** postrzeganie świata przez dzieci. Oczywiście nie chodzi o opisywanie zdarzeń z własnej perspektywy (w pierwszej osobie), to wydaje się zabiegiem całkowicie naturalnym. Mam tu na myśli interesującą nadreprezentację zaimka osobowego *ja*:

² Wypracowaniom przyporządkowane zostały kolejne liczby naturalne, a litera *d* bądź *c* informuje o płci dziecka (*d* — dziewczynka, *c* — chłopiec). W cytatach zachowana została oryginalna pisownia.

Ja zabrałbym na bezludną wyspę komputer 6c,
Ja na bezludną wyspę wziąłbym komputer [...] 8c,
Ja bardzo lubię w gry wyścigowe [...] 4c,
Ja oprócz tego używam Skype 4c,
Ja jeszcze lubię sobie z kimś porozmawiać 4c,
Ja jednak najbardziej lubię internet 4c.

Ciekawe i nietypowe wydaje się także rozpoczynanie wypracowania od przedstawienia się:

Nazywam się Alicja 2d,
Mam na imię Mariusz 12c.

Powyższe zabiegi świadczą o braku umiejętności rozróżniania rejestru mówionego od pisanego, ale równocześnie świadczą o zorientowaniu uczniów na własną osobę. Dodatkowo rozpoczynanie wypowiedzi od przedstawienia się może kojarzyć się z typową rozmową na internetowym czacie, gdzie na początku konwersacji rozmówcy podają zwykle swoje imiona, wiek oraz miejsce zamieszkania.

Z kolei w treści wypracowań odnajdujemy wiele przejawów pewności siebie, pragmatyzmu, zaradności, umiejętności doskonałego przystosowania się do nowej sytuacji:

Gdyby okazało się, że na wyspie jest wiele zwierząt lub krasnoludków, które chciałyby korzystać z komputera zarządzałabym opłat czyli owoców 5d,
Jeśli wyspa okazała by się odpowiednia kupiłbym ją i wytresował małpy na robotników. Dzięki tej darmowej sile roboczej wybudowałbym ośrodek wypoczynkowy 1c,
Po upływie dwóch lat zostałam mianowana królową. Byłam dobrą władczynią 1d.

Postawę nastawioną na „ja” można odnaleźć też głębiej, w czynnościach, które dzieci na wyspie rzekomo wykonują, a które sprowadzają się wyłącznie do rozrywki:

Cały czas tylko gram, gram i... Gadam z Donią 4d,
Drugi dzień spędziłam podobnie jak pierwszy. Grałam, czatowałam, rysowałam i jadłam kokosy z palmy. Bawiłam się z laptopem 4d,
Minął tydzień, a ja cały czas spędzałam na plaży, grając w różne gry. Jak to wspaniale mieć taką pojemną baterię 5c.

W jednym wypracowaniu dziewczynka ożywia nawet sprzęty elektroniczne, żeby mogły ją obsługiwać:

Po południu maszyna poszła po owoce i ugotowała smaczny obiad, a ja skakałam z kifu do ciepłego morza. Gdy zjadłam posiłek, mój pomocnik poszedł zmywać, ja znów poszłam pospacerować po plaży. Na wieczór poplotkowałam ze znajomymi i poszłam spać 2d.

Dziecięcy egocentryzm można też dostrzec w eksponowaniu swoich zalet:

Wspinaczka była dosyć łatwa, bo w szkole wspinam się najlepiej 2c,

Mój komputer dostałem od taty. Kupił mi go w grudniu 2010 roku i dzięki temu mam najmocniejszy i każda gra mi wejdzie 4c,

Naszcześnie to tylko moja wyobraźnia, która niema granic 5d.

Warto zaznaczyć, iż 12-letni uczniowie zgodnie ze stadiami percepcji interpersonalnej dawno już wyrosli z wieku, dla którego typowa jest perspektywa egocentryczna³. Czyżby zatem mówienie o sobie w superlatywach było przejawem świadomości kształtowania własnego wizerunku? Autopromocja to „prezentowanie swojej wiedzy i swoich umiejętności, np. przy staraniu się o pracę”⁴ inaczej mówiąc to „promowanie samego siebie” (ÖTTL, HÄRTER, 2009: 5). Christine Öttl i Gitte Härter podają proste wskazówki, które stanowią filary skutecznej autopromocji: należy pokazywać swoje dobre strony i umiejętności, przedstawiać własne osiągnięcia w odpowiednim świetle, zachowywać pewność siebie w postępowaniu z innymi, komunikować się z innymi w jasny, otwarty sposób, jasno wyrażać własne oczekiwania, życzenia i cele, nauczyć się radzić sobie z własnymi słabościami i błędami (ÖTTL, HÄRTER, 2009: 6). Przyglądając się licznym wypowiedziom uczniów, można spostrzec, że postępują oni zgodnie z tymi zasadami.

„Co ja teraz mam zrobić?” — o emocjach

Inną cechą zaobserwowaną w wypowiedziach dzieci jest **emocjonalizacja**. Przejawia się ona w dwóch aspektach. Pierwszy z nich stanowi ekspresja wypowiedzi, przejawiająca się w pytaniach retorycznych i wykrzyknieniach:

³ „Dzięki badaniom wyodrębniono [...] określone stadia percepcji interpersonalnej, ściśle powiązane z rozwojem poznawczym [...]: a) w pierwszym stadium (do 7. roku życia) percepcja dziecka ma perspektywę egocentryczną, jego spostrzeżenia są ubogie i silnie nasycone wartościowaniem; b) w stadium drugim (8.—12. rok życia) dziecko tworzy charakterystyki opisowe, niepozbawione sprzeczności i ocen różnoimiennych; c) w trzecim stadium (po 12. roku życia) sądy dziecka są uogólnione z tendencją do integracji informacji (LIVESLEY, BROMLEY, 1973; SKARŻYŃSKA, 1981, za: NIESPOREK-SZAMBURSKA, 2013: 13—14).

⁴ Hasło: *autopromocja* (DUBISZ, red., 2003: T. 1, 157).

Co ja teraz mam zrobić? Oba przedmioty nadawają się do użytku na wyspie! 2d,
Mój pierwszy dzień na wyspie super! 4d,
Niesamowite wydarzenie! 4d,
Pierwszego dnia było super! 2c,
Piąty dzień zaczął się super! 2c,
Co wtedy robie? Wchodzę na internet! 10c.

Charakterystyczne jest też stosowanie znaków interpunkcyjnych, które mają być wyrazicielem emocji obecnych w żywej rozmowie, np.:

Ekstra! Bez rodziców! Cały czas tylko gram, gram i... Gadam z Donią 4d.

Są to liczne wykrzyknienia, wykrzyknik połączony ze znakiem zapytania, wielokropki. Warto tu także wspomnieć o wypowiedzeniach jednowyrazowych, tak typowych dla skrótovej komunikacji w Internecie, tj.: „Super!”, „Ekstra!”, „Dobra!”, „Żart!” 4d.

Drugą kwestią, związaną z treścią wypowiedzi, jest bezpośrednie mówienie o uczuciach, np.

I wtedy poczułem się osamotniony i smutny albowiem byłem sam jak palec na wyspie 7c,
Moja twarz posmutniała gdyż rodzice doskonale wiedzieli, że lubię to i to 2c,
Wtedy przypomniało mi się, że mam przy sobie mój kochany komputer 6c.

Co ciekawe, u reprezentantów obu płci pojawia się uczuciowy stosunek do przedmiotów. Na określenie komputera dziewczynki używają zwrotów, takich jak: *przyjaciół* (7d), *najlepszy przyjaciel* (1d), *urządzenie doskonale* (3d), *niesamowita rzecz* (4d). Chłopcy piszą natomiast: *mój kochany komputer* (5c), *ulubiona rzecz do zabawy* (7c), *mały przyjaciel* (10c). Dziewczynki różnią się jednak tym, że w ich tekstach dochodzi czasem do ożywienia sprzętów, np.

Laptop mnie pocieszał, ale co z tego jak ja chce do domu 4d,
W głębi serca mego i laptopa czułam szczęście 4d.

Jak widać, emocje te bardzo często dotyczą opisywanych urządzeń. Uczniowie deklarują, że mieli styczność z komputerem i telewizorem od wczesnego dzieciństwa i postrzegają je w kategoriach zabawki:

Wziąłbym to urządzenie ponieważ od bardzo małego dziecka jest moją ulubioną „zabawką” 10 c,

Odpowiedziałem, że komputer ponieważ jest to moja ulubiona rzecz do zabawy 7c.

Urządzenia są sprzymierzeńcami dzieci, urastającymi nieraz do rangi prawdziwego przyjaciela. Stają się w wyobraźni dziecka żywe i zastępują realne osoby:

Już wiedziałam kogo wybiorę [...] przytuliłam na pożegnanie telewizor, a laptop wsadziłam do jednej z toreb 2d,

Komputer i telewizor mogą być naprawdę dobrymi przyjaciółmi 7d,

Według mnie komputer to taki mały przyjaciel, ale niestety nie można z nim porozmawiać 10c.

Warto zastanowić się, skąd bierze się możliwość postrzegania elektronicznego sprzętu w kategorii przyjaciela. Dzieci spędzają wiele czasu przed komputerem, który zapewnia im stałą rozrywkę, a w dodatku wykonuje ich wszystkie polecenia. Bez wychodzenia z domu umożliwia kontakt z całym światem. Nic więc dziwnego, że zyskuje status „urządzenia doskonałego” (3d). Za pośrednictwem nowych mediów dzieci przyzwyczajają się do permanentnego zażywania rozrywki, której brak kojarzy się z katastrofą, tragedią:

Nie wiedziałem co robić bez rozrywki 5c,

Moi rodzice znają me słabe punkty i wiedzą, że są to telewizja i komputer. Ja po prostu nie potrafię żyć, jeśli brakuje mi ich 6d.

Emocjonalizacja wypowiedzi wydaje się zjawiskiem o tyle ważnym, że stanowi przejaw łatwiejszego mówienia o sobie, swoim życiu i uczuciach, co wydaje się skorelowane z funkcjonowaniem w cyberprzestrzeni, która do tego przyzwyczaja. Sama zaś ekspresja wypowiedzi jest jednym z wyznaczników języka mówionego i potocznego. Charakterystyczny jest też fakt, iż dziewczynki i chłopcy zasadniczo nie różnią się w tym aspekcie analizy.

„Mama trochę krzyczała” — o sobie

Kolejną, po mówieniu o własnych uczuciach, zauważalną cechą w analizowanych pracach jest wtrącanie **informacji o sobie**. Dzieci bardzo często piszą o ulubionych sposobach spędzania wolnego czasu, zainteresowaniach i doświadczeniach:

Wczoraj grałem z kolegami w CS'a [...] 4c,
Nie byłem w piżamie, a w mojej ulubionej niebieskiej sukience na lato 6d,
Pewnego dnia gdy leciałem na wakacje do Egiptu 5c,
Umówiłam się z Markiem 4d,
Wspinaczka była dosyć łatwa, bo w szkole wspinam się najlepiej 2c,
Znów włączyłem komputer i zacząłem przeglądać informację o tej wyspie, ponieważ przypomniałem sobie, że uczyłem się o niej na geografii 7c,
Pewnego dnia zachorowałam na różyczkę. Zuzanna była przy mnie i mnie leczyła 1d.

Jak już wspomniano, w większości wypracowań koronnym argumentem przemawiającym na rzecz wyboru komputera okazała się możliwość kontaktu z drugim człowiekiem. Wydaje się to ciekawe zwłaszcza w połączeniu z realnymi imionami przyjaciół, pojawiającymi się w tekstach:

Świetnie się przy tym bawiłem, jednak nikt mi w to nie uwierzył oprócz mojego wiernego przyjaciela Mateusza 9c,

Gdybym nawet został na bezludnej wyspie z komputerem, jedzeniem, piciem i z innymi przyjemnościami jak telewizor to i tak nie przeżyłbym bez mojego przyjaciela Marka Ł. i dwóch koleżanek Klaudi G. i Weroniki T. [w oryginale pełne nazwiska — E.K.] 10c.

Jeszcze częściej dzieci piszą o rodzicach, na podstawie ich wypowiedzi możemy niejednokrotnie wnioskować o ich wzajemnych relacjach:

Bardzo tęskniłem za mamą i tatą, było mi tam bez nich smutno 9c,

Mama trochę krzyczała, że nie zadzwoniłam 4d,

To było na początku Sierpnia mama zdecydowała, że wyśle mnie na wakacje za granicę. Bardzo się ucieszyłam, ale tata powiedział, że mam wziąć albo komputer lub telewizor 2c,

Mój komputer dostałem od taty. Kupił mi go w grudniu 2010 roku i dzięki temu mam najmocniejszy i każda gra mi wejdzie 4c,

Wiedziałem, że mama będzie na wczasach 2 tygodnie. Gdy odczekałem ten czas zadzwoniłem do mamy na SKYPE'a i porozmawiałem z nią i powiedziała mi, że się o mnie martwi i gdzie ja jestem 5c,

Grałem cały dzień i nie słyszałem „posprzątaj pokój”, „zrób zadania”, „naucz się na sprawdzian” 2c.

W jednej pracy kłótnia z mamą stanowiła nawet motyw zawiązania akcji:

Do domu wróciłam dziesięć minut za późno, po dobie spędzonej na podwórku, a moja mama zaczęła na mnie krzyczeć, dlaczego się spóźniłam. Krzyczała, że martwiła się o mnie i tym podobne. Nie zamierzałam po raz kolejny słuchać co do mnie mówi więc postanowiłam odpyskować, na każdy niekontrolowany wybuch matczynej agresji. Niestety tak jak zawsze, źle się to dla mnie skończyło. Mama dała mi szlaban na dwa tygodnie bez komputera i telewizora. Moi rodzice znają me słabe punkty i wiedzą, że są to telewizja i komputer. Ja po prostu nie potrafię, żyć jeśli brakuje mi ich. Mimo to uznałam, że nie będę się tym przejmowała. Krzyknęłam mamie, że to nie fair i że ona też nie była święta w moim wieku 6d.

Wiarygodność opisu kłótni sprawia, że możemy założyć, iż podobne sytuacje miały w życiu dziewczynki już miejsce. Łatwość, z jaką przychodzi uczennicy dzielenie się w gruncie rzeczy nieprzyjemnym doświadczeniem, wydaje się zaskakująca na tyle, że można nazwać ją ekshibicjonizmem, zgodnie z przenośnym znaczeniem podanym w *Uniwersalnym słowniku języka polskiego*: ‘skłonność do publicznego ujawniania intymnych, często drastycznych przeżyć i problemów’⁵. Nawiasem mówiąc definicję z *Innego słownika języka polskiego*, ‘publiczne ujawnianie swoich spraw intymnych’⁶, można dopasować do większej liczby wypowiedzi.

Warto na koniec zwrócić uwagę na pewien szczególny aspekt dziecięcego mówienia o sobie. Otwartość dzieci w kwestii wypowiadania własnych preferencji dotyczących np. ulubionych gier komputerowych czy marek obuwia⁷ stanowi zdecydowane ułatwienie w pozyskiwaniu informacji marketingowej na temat tej niezwykle wpływowej grupy docelowej⁸:

Najlepiej kupić kierownicę firmy Logitech, które kosztują ok. 500zł 4c,

Wracając do gier moją ulubioną grą komputerową jest „Minecraft” 10c,

Odwiedzam strony typu: Onet.pl, Interia.pl i Wirtualna Polska.pl 10c,

Do pisania dokumentów używam programu Word Office 2010 4c,

Komputer ma dużo zalet można w nim grać w gry takie jak: Counter Strike 1.6, Need for speed, Hot Pursuit, itp. [...]. W internecie są różne fajne strony takie jak: nk.pl, facebook, youtube, ponfu.pl, itp. [...]. Na nk.pl można pograć w extra gry takie jak: Pet Party, Happy Harvest, GoodGame Farmer, itd. 4c,

Uwielbiam oglądać telewizor. Lecą w nim moje ulubione serie takie jak: Na wspólniej, Detektywi, W11 7d.

⁵ Hasło: *ekshibicjonizm* (DUBISZ, red., 2003: T. 1, 800).

⁶ Hasło: *ekshibicjonizm* (BAŃKO, red., 2000: T. 1, 370).

⁷ Zjawisko to jest doskonale widoczne w listach pisanych przez dzieci do św. Mikołaja, które analizuję w artykule: KAŁUŻYŃSKA, 2014.

⁸ O marketingu skierowanym do dzieci zob. m.in: LINDSTROM, 2005; BOGUNIA-BOROWSKA, red., 2006; ADAMCZYK, 2008; SAMBORSKA, 2009; JASIELSKA, MAKSYMIOUK, 2010; LISOWSKA-MAG-DZIARZ, 2010.

Powyższe rozważania mają charakter szkicowy, stanowią próbę sformułowania problemu, dotyczącego oddziaływania uzewnętrzniania się w sieci na łatwość udzielania prywatnych informacji także poza nią — w tym wypadku w oficjalnej sytuacji szkolnej. Być może częściowo to również nieco naiwna natura dzieci skłania je do tak dużej otwartości w mówieniu o sobie, dlatego też konieczne byłyby badania porównawcze w tym zakresie.

Niemniej pojawiające się w wypracowaniach wątki z własnego życia wydają się pokłosem obcowania z nowymi mediami. Publiczne prezentowanie swoich zdjęć oraz informacji o sobie na portalach społecznościowych, a także zawieranie znajomości poprzez czaty sprzyja szybszemu i łatwiejszemu opowiadaniu o swojej prywatności. Można to zjawisko potraktować jako konsekwencję skracania dystansu komunikacyjnego, zacierania granicy między rejestrem oficjalnym a potocznym w mediach, a także ich tabloidyzacji. Wynikałoby z tego, że przestajemy przywiązywać wagę nie tylko do tego, JAK mówimy, ale również do tego, CO mówimy.

Literatura

- ADAMCZYK G., 2008: *Promocja na rynku młodych konsumentów — jej specyfika i odbiór*, „Marketing i Rynek”, nr 5.
- BAŃKO M., red., 2000: *Inny słownik języka polskiego*. T. 1—2. Warszawa.
- BOGUNIA-BOROWSKA M., red., 2006: *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*. Kraków.
- DUBISZ S., red., 2003: *Uniwersalny słownik języka polskiego*. T. 1—4. Warszawa.
- GOGOLEK W., 2010: *Komunikacja sieciowa. Uwarunkowania, kategorie, paradoksy*. Warszawa.
- JASIELSKA A., MAKSYMIOUK R.A., 2010: *Dorośli reklamują — dzieci kupują. Kindermarketing i psychologia*. Warszawa 2010.
- KĄLUZIŃSKA E., 2014: *Czego pragną dzieci? Oblicza konsumpcji dziecięcej*. „Socjolingwistyka”, nr 28.
- KUPCZYK P., 2014: *Poradnik bezpieczeństwa dla dzieci i rodziców — portale społecznościowe*. Dostępne w Internecie http://securelist.pl/analysis/6008,poradnik_bezpieczenstwa_dla_dzieci_i_rodzicow_portale_spolecznosciowe.html [data dostępu: 01.07.].
- LINDSTORM M., 2005: *Dziecko reklamy*. Przeł. A.M. KAWALEC. Warszawa.
- LISOWSKA-MAGDZIARZ M., 2010: *Pasażer z tylnego siedzenia. Media, reklama i wychowanie w społeczeństwie konsumpcyjnym*. Warszawa.
- NIESPOREK-SZAMBURSKA B., 2013: *Stereotyp „czarownicy” i jego modyfikowanie. Na przykładzie tekstów dla dzieci i wypowiedzi dziecięcych*. Katowice.
- ÖTTL Ch., HÄRTER G., 2009: *Autopromocja, czyli jak wykorzystać swoje atuty*. Tłum. U. SZYMANDERSKA. Warszawa.
- SAMBORSKA I., 2009: *Dziecko w świecie konsumpcji. Pedagogiczny wymiar zjawiska*. Bielsko-Biała.
- SKUDRZYK A., 2005: *Czy zmierzch kultury pisma? O synestezji i analfabetyzmie funkcjonalnym*. Katowice.

Emilia Kałuzińska

“Cause I’m the best climber at my school” —
exhibitionism or self-promotion?
Some comments about the ways in which children talking about themselves

S u m m a r y

Analysis of essays written by pupils show that they can easily talk about their private life. Author’s hypothesis states that this phenomenon can be associated with using the social media which blur the boundary between what is private, or even intimate, and what is public. From the child point of view, essays should form an official situation, and yet, children easily reveal personal information in essays.